

ABSTRAK

Kisa Gallery merupakan sebuah UMKM yang memproduksi bergerak dibidang fashion didaerah Jakarta Timur. Kisa Gallery menggunakan sosial media Instagram @kisa_id untuk memperluas jangkauan pemasaran pada instagram dapat mempermudah berinteraksi secara langsung dengan konsumen dan pengikut Kisa Gallery. Dengan menggunakan sosial media instagram @kisa_id dapat melakukan pembuatan konten *marketing* yang bertujuan untuk mempromosikan produk fashion, sehingga dengan adanya hal yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran merek, mengembangkan basis konsumen dan meningkatkan penjualan produk fashion.

Penelitian ini bertujuan untuk strategi pemasaran konten sosial media yang dirancang, diterapkan dan dievaluasi pada akun Instagram @kisa_id, yang merupakan UMKM Kisa Gallery. Pendekatan komprehensif digunakan dalam penelitian ini, yang mencakup perancangan strategi konten, pelaksanaan konten dan evaluasi pengaruh konten *social media marketing* terhadap UMKM di tahun 2023. Penelitian ini menggunakan teknik analisis deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode pengumpulan data berupa observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan konten *social media marketing* pada Instagram @kisa_id dilihat dari hasil *insight*, efektif dilakukan karena konten yang dibagikan menjangkau lebih banyak orang, baik itu *followers* maupun *non-followers* yang secara tidak langsung bisa mengetahui dan mengenal Kisa Gallery

Kata Kunci : *Social Media Marketing, Konten Marketing, Instagram.*